

# PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL TERHADAP *ADAPTIVE SELLING* DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA TENAGA PENJUALAN

**Fathoni Harda Utomo**  
**Suharyono**  
Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya  
Malang  
Email: Evy.Spama@gmail.com

## ABSTRACT

*This study aims to explain: Influence of emotional intelligence on adaptive selling; the effect of adaptive selling on the salesperson's performance; the influence of emotional intelligence on salesperson performance. The type of research used is descriptive research using a quantitative approach. The variables in this study include emotional intelligence, adaptive selling, and salesperson performance. The population of this research is the sales force of PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia. A sample of 100 respondents working in PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia. Data collection method used is questionnaire. Data analysis used is path analysis. Path analysis results show that: emotional intelligence variable has significant effect on adaptive selling variable, it is indicated by a probability of 0.000 ( $p < 0,05$ ) and a standardized coefficient beta value of 0.674; variable of adaptive selling have significant effect to salesperson performance, it is shown with probability value of 0.000 ( $p < 0,05$ ) and beta standardize coefficient value 0,665; emotional intelligence variables significantly influence the performance of salespeople, it is indicated by a probability value of 0,000 ( $p < 0.05$ ) and a standardized coefficient beta value of 0.720.*

**Keywords: Emotional Intelligence, Adaptive Selling, Sales Force Performance**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan: Pengaruh kecerdasan emosional terhadap *adaptive selling*; pengaruh *adaptive selling* terhadap kinerja tenaga penjualan; pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja tenaga penjualan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskripsi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini meliputi kecerdasan emosional, *adaptive selling*, dan kinerja tenaga penjualan. Populasi penelitian ini adalah tenaga penjualan PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia. Sampel sebanyak 100 orang responden yang bekerja di PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*). Hasil analisis jalur (*Path Analysis*) menunjukkan bahwa : variabel kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap variabel *adaptive selling*, hal tersebut ditunjukkan dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) dan nilai *standardize coefficient beta* sebesar 0,674; variabel *adaptive selling* berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, hal tersebut ditunjukkan dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) dan nilai *standardize coefficient beta* sebesar 0,665 ; variabel kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) dan nilai *standardize coefficient beta* sebesar 0,720.

**Kata Kunci: Kecerdasan Emosional, Adaptive Selling, Kinerja Tenaga Penjualan**

## PENDAHULUAN

Kecerdasan emosional merupakan hal yang berpengaruh penting terhadap *adaptive selling*, karena tenaga penjual selalu dituntut untuk berinteraksi kepada pelanggan. Agar interaksi yang dilakukan berjalan dengan efektif dan efisien, diperlukan kemampuan mengenali diri, kemampuan mengelola emosi, kemampuan memotivasi diri sendiri, kemampuan mengenali emosi orang lain dan kemampuan membina hubungan dengan orang lain (Slovev dalam Trihandini, 2005). Goleman (2005) menyatakan bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan memantau dan mengendalikan perasaan sendiri dan orang lain serta menggunakan perasaan-perasaan tersebut untuk memandu pikiran dan tindakan, sehingga kecerdasan emosi sangat diperlukan untuk sukses dalam bekerja dan menghasilkan kinerja yang menonjol dalam pekerjaan. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Patton (dalam Trihandini 2005) bahwa orang yang memiliki kecerdasan emosional akan mampu menghadapi tantangan dan menjadikan seorang manusia yang penuh dengan tanggung jawab, produktif dan optimis dalam menghadapi dan menyelesaikan masalah, dimana hal tersebut sangat dibutuhkan dalam lingkungan kerja.

Tenaga penjual yang memiliki kecerdasan emosional yang tinggi akan mampu menghadapi permasalahan dan menyelesaikan masalah yang dihadapi. Biasanya tenaga penjual yang memiliki kecerdasan emosional yang tinggi akan lebih mampu menarik simpati pembeli, dan kecenderungan pembeli selalu mau membeli produk yang ditawarkan. Akan tetapi tenaga penjual yang kecerdasan emosionalnya rendah, dapat dilihat dari penjual yang kurang tenang, tidak mampu mententramkan, tidak mampu menimbulkan simpati, dan pembeli cenderung tidak jadi untuk membeli. Ada penjual yang sudah memiliki kecerdasan emosional tanpa menyadari. Banyak juga penjual yang bahkan tidak mengenal kecerdasan emosionalnya, maka dari itu mereka tidak dapat menerapkan. Akibatnya, hasil kerja mereka kurang menggembirakan.

Kemampuan dasar yang diperlukan dalam pertemuan penjualan adalah kemampuan tenaga penjual untuk merasakan dan menerima informasi dari pembeli dan lingkungannya. Kemampuan beradaptasi tidak hanya menggunakan bahasa atau mengolah kata-kata pada calon pembeli, akan tetapi harus mampu mengantisipasi kebutuhan dan penolakan pembeli maupun memikirkan dan menetapkan strategi yang tepat untuk menghadapinya. Untuk meningkatkan adaptasi

maka tenaga penjual harus memiliki kecerdasan emosional yang baik. Trihandini (2005) menyatakan bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan emosi dan mampu mengelola diri sendiri dengan efektif selanjutnya mampu merasakan, memahami dan mempengaruhi orang lain secara positif.

Robinshon *et al.* (2002) mengemukakan bahwa untuk dapat melakukan *adaptive selling*, seorang tenaga penjualan harus pada kemampuan diri dalam menggunakan berbagai strategi penjualan yang berbeda-beda, dan yakin pada kemampuan diri sendiri dalam melakukan perubahan strategi penjualan selama berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini secara konseptual, kecerdasan emosional berhubungan dengan keyakinan dan kemampuan tenaga penjualan dalam menggunakan strategi yang berbeda dan menyesuaikan dengan calon pembeli yang dihadapi pada saat itu. Selain itu, keyakinan dan kemampuan individu sangat menentukan keinginannya untuk mencoba beradaptasi dengan situasi yang dihadapi.

PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang asuransi jiwa. PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia merupakan anak perusahaan dari Tokio Marine Group yang berdiri sejak 1879 di Jepang. PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia hadir untuk merespon kebutuhan akan produk dan layanan asuransi jiwa yang peluangnya sangat besar di Indonesia. Dengan keyakinan yang kuat dalam memberikan keamanan finansial pada nasabah, serta didukung dengan tenaga kerja yang trampil dan berpengalaman, PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia berkomitmen untuk menguasai pasar yang besar di Indonesia sehingga dapat menjadi salah satu perusahaan asuransi terbesar di negeri ini yang mampu menyediakan pelayanan dan produk berkualitas sesuai dengan kebutuhan nasabah. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap *Adaptive Selling* dan Dampaknya Pada Kinerja Tenaga Penjualan (studi pada PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia di Kota Magelang)”

## KAJIAN PUSTAKA

### Kecerdasan Emosional

Goleman (2005a) mengemukakan bahwa kecerdasan emosional dapat diukur sebagai berikut:

- Self awareness*
- Self Management*
- Motivation*

- d. *Social awareness* (empati)
- e. *Relationship Management*

### **Adaptive Selling**

Weitz *et al.* (1986) mendefinisikan *adaptive selling* sebagai suatu aktivitas mengubah perilaku penjualan selama ataupun setelah terjadinya interaksi dengan pelanggan yang dilakukan berdasarkan pada informasi yang diterima mengenai situasi penjualan.

Dalam rangka mengembangkan pengukuran mengenai pelaksanaan aktivitas *adaptive selling*, Spiro dan Weitz (1990) mengusulkan predisposisi dalam enam aspek dilihat dari sudut pandang tenaga penjual :

- a. Mengenal bahwa pendekatan penjualan yang berbeda diperlukan untuk penjualan yang berbeda
- b. Percaya diri terhadap kemampuannya untuk menggunakan teknik pendekatan penjualan yang berbeda untuk situasi tertentu
- c. Percaya diri terhadap kemampuannya untuk mengubah pendekatan penjualan yang dilakukannya selama interaksi dengan pelanggan
- d. Memiliki pengetahuan dalam mengenali situasi penjualan yang berbeda dan menetapkan strategi penjualan yang tepat untuk masing-masing situasi tersebut
- e. Memiliki sekumpulan informasi mengenai situasi penjualan sebagai masukan dalam melakukan *adaptive selling*
- f. Melakukan aktivitas aktual dengan menerapkan pendekatan penjualan yang berbeda untuk situasi penjualan yang berbeda

Sedangkan Robinshon *et al.* (2002) dalam penelitiannya menemukan bahwa skala pengukuran *adaptive selling* dapat diringkas menjadi empat :

- a. Percaya diri terhadap kemampuannya untuk menggunakan variasi dari pendekatan penjualan yang berbeda
- b. Percaya diri terhadap kemampuannya untuk mengubah pendekatan penjualan selama berinteraksi dengan pelanggan
- c. Melakukan aktivitas aktual dengan menerapkan pendekatan penjualan yang berbeda dalam situasi penjualan yang berbeda
- d. Memiliki sekumpulan informasi tentang situasi penjualan untuk membantu adaptasi

### **Kinerja Tenaga Penjualan**

Menurut Murgiyati (2008) kinerja tenaga penjualan adalah penilaian terhadap hasil atau

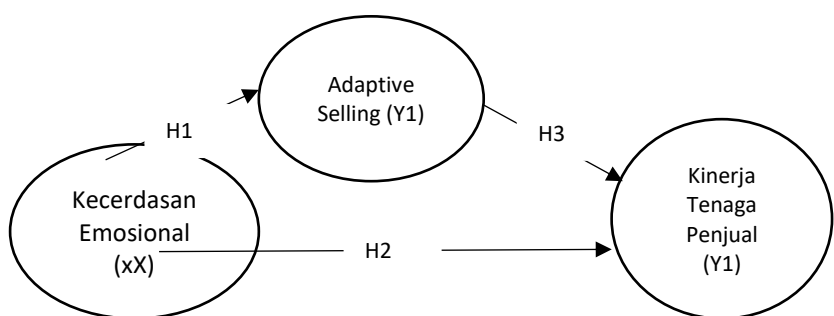
tingkat keberhasilan tenaga penjualan secara keseluruhan selama periode tertentu dalam upayanya mencapai target yang telah ditentukan dan disepakati bersama. Kinerja penjualan hanya dapat dilihat dari hasil akhir seperti volume penjualan, penetrasi pasar dan pencapaian kuota penjualan dan itu dicapai dengan sistem kontrol dan sinergi aktivitas tenaga penjualan.

Anglin *et al.* (1990) memberikan instrumen pengukuran kinerja tenaga penjual perusahaan berdasarkan pengukuran secara obyektif dan subyektif. Secara obyektif, pengukuran kinerja penjualan lebih menitik beratkan pada pencapaian volume penjualan dan porsi pasar. Sementara pengukuran secara subyektif lebih menitik beratkan kepada :

- a. Kepuasan pelanggan
- b. Kemampuan mendengarkan pelanggan
- c. Kemampuan melakukan presentasi penjualan
- d. Penanganan kebutuhan dan keinginan pelanggan secara efektif
- e. Penciptaan rasa saling menghargai dalam setiap aktivitas penjualan
- f. Pengetahuan mengenai produk
- g. Menjual pada pelanggan yang prospektif
- h. Menjual produk yang penting
- i. Memelihara porsi pasar yang dimilikinya

### **Model Hipotesis**

Model hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



**Gambar 1. Model Hipotesis**

Berdasarkan gambar model hipotesis di atas hipotesis yang akan diuji sebagai berikut :

- H<sub>1</sub> : Kecerdasan Emosional Berpengaruh Signifikan Terhadap *Adaptive Selling*.
- H<sub>2</sub> : Kecerdasan Emosional Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan.
- H<sub>3</sub> : *Adaptive Selling* berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Tenaga Penjual.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian eksplanasi atau *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian di PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia yang beralamatkan Jl Tentara Pelajar No 42A, Kemirirejo, Kota Magelang, Jawa Tengah. Di dapat sampel sebanyak 100 orang responden Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis jalur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1 Analisis Jalur**

Variabel Independen	Variabel Dependen	Standardize Coefficients Beta	t <sub>hitung</sub>	Prob
Kecerdasan Emosional	<i>Adaptive Selling</i>	0,674	9,033	0,000
Kecerdasan Emosional	Kinerja Tenaga Penjualan	0,665	8,826	0,000
<i>Adaptive Selling</i>	Kinerja Tenaga Penjualan	0,720	10,267	0,000

Sumber: Data Diolah Penulis, 2017

**Tabel 2 Rekapitulasi Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total**

Hubungan Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak langsung	Total Pengaruh
X- Y <sub>1</sub>	0,674	-	0,674
X - Y <sub>2</sub>	0,665	-	0,665
Y <sub>1</sub> - Y <sub>2</sub>	0,720	-	0,720
X -Y <sub>1</sub> - Y <sub>2</sub>	-	0,485 (0,674 x 0,720)	1,150 (0,665 + 0,485)

Sumber: Data Diolah Penulis, 2017

Ketetapan model hipotesis dari data penelitian ini diukur dari hubungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada ketiga persamaan. Hasil model sebagai berikut:

$$\begin{aligned} R^2_{\text{model}} &= 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2) (1 - R_3^2) \\ &= 1 - (1 - 0,454) (1 - 0,443) (1 - 0,518) \\ &= 1 - (0,546) (0,557) (0,482) \\ &= 1 - 0,1466 \\ &= 0,8534 \text{ atau } 85,34\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan ketetapan model sebesar 85,34% menerangkan bahwa kontribusi model untuk menjelaskan hubungan struktural dari ketiga variabel yang diteliti adalah sebesar 85,34%. Sedangkan sisanya sebesar 14,66% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

## Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap *Adaptive Selling*

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat dari analisis jalur adalah variabel Kecerdasan Emosional terhadap *Adaptive Selling* memiliki R square sebesar 0,454, nilai koefisien jalur yang didapat sebesar 0,674. Hal tersebut terbukti bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan dari responden yaitu tenaga penjualan PT Tokio Marine Life Insurance sudah memahami maksud dari Kecerdasan Emosional dan telah menerapkannya. Tenaga penjualan dikatakan memiliki Kecerdasan Emosional karena mampu merasakan yang dirasakan oleh orang lain, mampu memahami yang diinginkan orang lain dan mampu menyelaraskan diri dengan berbagai individu. Menurut Mayer dan Salovey (1999) kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk merasakan emosi, menerima, dan membangun emosi dengan baik, memahami emosi dan pengetahuan emosional sehingga dapat meningkatkan perkembangan emosi dan intelektual. Tenaga penjualan PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia telah memenuhi kriteria Kecerdasan Emosional karena mampu merasakan, memahami dan menyelaraskan diri terhadap calon konsumennya.

Penelitian Wisker dan Poulis (2015) yang menyatakan bahwa Kecerdasan Emosional berpengaruh terhadap *Adaptive Selling* sebagai mediasi parsial, hal tersebut sama dengan penelitian ini yang menyatakan bahwa Kecerdasan Emosional berpengaruh terhadap *Adaptive Selling* yang mampu menjadi mediasi parsial pada penelitian ini. Hasil penelitian dari Spiro dan Wietz (1990) tidak menjelaskan adanya pengaruh antara Kecerdasan Emosional terhadap *Adaptive Selling*, sedangkan pada penelitian ini menjelaskan adanya pengaruh yang signifikan antara kedua variabel. Penelitian dari Astuti (2006) hanya meneliti mengenai pengaruh Pengendalian Diri terhadap *Adaptive Selling* sedangkan pada penelitian ini menjelaskan semua pengaruh yang ada dalam Kecerdasan Emosional terhadap *Adaptive Selling*. Pada penelitian Chen dan Jaramillo (2014) Kecerdasan Emosional berpengaruh signifikan terhadap *Adaptive Selling* karena memediasi hubungan antara Kecerdasan Emosional dengan *Salesperson-loyalty*, hasil tersebut sama seperti penelitian ini yang memiliki pengaruh signifikan antara Kecerdasan Emosional terhadap *Adaptive Selling*.

## **Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Tenaga Penjualan**

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat dari analisis jalur adalah variabel Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Tenaga Penjualan memiliki nilai koefisien jalur yang didapat sebesar 0,665. Hal tersebut terbukti bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Tenaga Penjualan PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia. Salah satu pengukuran dalam penelitian ini adalah ketika tenaga penjualan mampu membangkitkan hasrat dan semangat pada diri sendiri serta mampu bertahan dalam kegagalan dan kondisi frustrasi. Mayer (2000) berpendapat (dalam Trihandini 2005) bahwa kecerdasan emosional merupakan faktor yang sama pentingnya dengan kombinasi kemampuan teknik analisis untuk menghasilkan kinerja yang optimal. Salah satu aspek dari Kecerdasan Emosional adalah motivasi. Tenaga penjualan PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia yang sebagian besar telah mampu memotivasi dirinya sendiri berakibat baik pada kinerja penjualan mereka yang hampir selalu bisa mencapai target-target yang diberikan oleh perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Spiro dan Weitz (1990) tidak menjelaskan adanya pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Tenaga Penjualan, sedangkan pada penelitian ini menjelaskan adanya pengaruh yang signifikan pada kedua variabel tersebut. Hasil penelitian dari Wisker dan Poulis (2015) menjelaskan bahwa tidak ada pengaruh langsung antara Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Tenaga Penjualan, sedangkan pada penelitian ini menjelaskan adanya pengaruh langsung antara Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Penjualan. Pada penelitian dari Astuti (2006) tidak menjelaskan adanya pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Tenaga Penjualan, sedangkan penelitian ini menjelaskan pengaruh yang signifikan antara Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Penjualan. Penelitian Chen dan Jaramillo (2014) tidak menjelaskan pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Tenaga Penjualan sedangkan penelitian ini menjelaskan pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Tenaga Penjualan.

## **Pengaruh *Adaptive Selling* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan**

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat dari analisis jalur adalah variabel *Adaptive Selling*

terhadap Kinerja Tenaga Penjualan memiliki R square sebesar 0,518, nilai koefisien jalur yang didapat sebesar 0,720. Hal tersebut terbukti bahwa adanya pengaruh yang signifikan karena nilai nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *Adaptive Selling* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia. Sujan *et al.* (1994) *adaptive selling* menunjukkan bahwa tenaga penjualan mampu dan cakap dalam melakukan pendekatan tertentu dengan memperhatikan kondisi dan situasi yang dihadapi. Tenaga penjual akan memberikan pemuasan kebutuhan karena mampu mengenali setiap kebutuhan pelanggan dan keinginan pelanggan yang berbeda-beda serta memberikan alternatif pendekatan penjualan yang tepat. Tenaga penjualan PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia yang memiliki sekumpulan info mengenai situasi penjualan akan mudah dalam mengenali kebutuhan tiap pelanggannya, dengan demikian tenaga penjualan PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia akan selalu mendapatkan penambahan jumlah pelanggan serta target akan terpenuhi, hal ini yang dapat mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjualan.

Penelitian Astuti (2006) menjelaskan mengenai adanya pengaruh positif mengenai penerapan *Adaptive Selling* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan, hal tersebut sama dengan penelitian ini yang menjelaskan mengenai pengaruh *Adaptive Selling* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan yang signifikan. Windi (2010) menjelaskan mengenai adanya pengaruh positif *Adaptive Selling* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan dengan cara meningkatkan Orientasi Belajar, Karakteristik Penjual, dan Kemampuan Komunikasi, pada penelitian ini hanya menjelaskan mengenai pengaruh *Adaptive Selling* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan saja. Hasil penelitian Spiro dan Weitz (1990) terdapat hubungan pengaruh yang erat antara variabel *Adaptive Selling* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan, hal tersebut sama dengan penelitian ini terdapat pengaruh signifikan antara *Adaptive Selling* terhadap Kinerja Tenaga Penjualan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Kecerdasan Emosional (X) memiliki pengaruh positif terhadap *Adaptive Selling* ( $Y_1$ ) karena memiliki nilai probabilitas ( $0,000 < 0,05$ ) yang berarti ada pengaruh yang signifikan.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kecerdasan Emosional (X) berpengaruh positif terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Y<sub>2</sub>) karena memiliki nilai probabilitas (0,000) < 0,05 yang berarti ada pengaruh yang signifikan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Adaptive Selling* (Y<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap Kinerja Tenaga Penjualan (Y<sub>2</sub>) karena memiliki nilai probabilitas (0,000) < 0,05 yang berarti ada pengaruh yang signifikan.

## Saran

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap Kecerdasan Emosional, khususnya pada kemampuan diri dan pengendalian emosional Karena hal tersebut dapat berpengaruh positif terhadap *Adaptive Selling* dan Kinerja Tenaga Penjualan. Apabila Kecerdasan Emosional dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan maka target penjualan akan tercapai.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjualan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anglin, Kenneth A, Jeffrey J. Stoltzman and James W. Gentry. 1990. "The Congruence Of Manager Perception Of Salesperson Performance And Knowledge- Based Measures Of Adaptive Selling", *Journal Of Personal Selling And Sales Management* Vol X : 81-90.
- Chen, C., & Jaramillo, F. 2014. "The Double-Edge Of Emotional Intelligence On The Adaptive Selling-Salesperson-Owned Loyalty Relationship". *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 34 (1) : 33-50.
- Eckret, James A. 2006. " Adaptive selling behavior : adding depth and specificity to the range of adaptive out", *Mid-American Journal of Business*, Vol 21, No. 1 : 31-39.
- Goleman, D. 2005. *Kecerdasan Emosi untuk Mencapai Puncak Prestasi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Emotional Intelligence*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jaramillo, Fernando, Douglas B. Grisaffe, Lawrence B. Chonko, and James A. Roberts. 2009. Examining The Impact Of Servant Leadership on Salesperson's Turnover Intention. *Journal of Personal Selling and Management*, 4 (Fall) :351-365
- Grewal Dhruv and Arun Sharma. 1991. "The Effect Of Sales force Behavior On Customer Satisfaction: An Interactive Framework", *Journal Of Personal Selling And Sales Management* Volume XI No 3 : 13-23.
- Pujiastuti, Y. 2006. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Adaptif Dalam Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjualan". *Tesis. Magister pada Manajemen Universitas Diponegoro Semarang*.
- Robinshon Jr., Leroy, Greg W. Marshall, William Moncrief and Felicia G. Lassk, (Spring 2002)"Toward A Shortened Measure Of Adaptive Selling", *Journal Of Personal Selling And Sales Management* Vol XXII No 2 : 111-118.
- Setiadi, Adi. " Pengguna Asuransi di Indonesia Baru 11,8%". <https://jiwasraya.co.id/id/berita/berita-asuransi/pengguna-asuransi-di-indonesia-baru-118-persen> (diakses tanggal 10 Februari 2017).
- Setiawan, Andi. Mei 2003. "Analisis Kinerja Tenaga Penjualan Berdasarkan System Control Dan Sinergi Aktivitas Tenaga Penjualan", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Volume II No 1 : 33-52.
- Sujan, Harish, Barton A. Weitz and Nirmalya Kumar, (July 1994) "Learning Orientation, Working Smart And Effective Selling", *Journal Of Marketing* Volume 58 : 39-52.
- Spiro, Rosann L. and Barton A. Weitz, (February 1990) "Adaptive Selling: Conceptualization, Measurement And Nomological Validity", *Journal Of Marketing Research* Volume XXVII : 61-69.
- Trihandini, F. 2005. *Analisis Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan*. Tesis

Magister pada Manajemen Universitas  
Diponegoro Semarang.

Weitz, Barton A., Harish Sujan and Mita Sujan,  
(October 1986), "Knowledge, Motivation  
And Adaptive Behavior: A Framework For  
Improving Selling Effectiveness" *Journal  
Of Marketing Volume 50 : 174-191.*

Wisker, Zazali L. and Athanasios Poulis. (2015).  
"Emotional Intelligence and Sales  
Performance. A Myth Or Reality?".  
*Journal of Business and Society 16 (2) :*  
*185-200.*